

1日 自社の強みを開発に結び付け、顧客価値を創出する

詳細は
セミナーID

JMA100262

検索

19

マーケティング×R&Dによる
BtoB新商品開発セミナー

(旧セミナー名：BtoB事業のための新商品開発セミナー)

対象

法人向けビジネスや素材・部品・機器など
生産財ビジネスにおいて

- 研究開発や技術開発の中で新商品・新サービス企画・開発の知識・スキルが求められる方々
- 商品企画や事業企画部門に配属または配属予定の方々
- ビジネス知識として、新商品企画・開発の基礎を知っておきたい方々
- 中小・中堅企業において独自商品の企画が求められる方々

ねらい・特徴

BtoBビジネスの商品企画・事業企画・研究開発・技術開発などで新商品開発の知識が必要となる方々に、具体的にわかりやすく企画開発の基礎知識を学んでいただくとともに、具体的な事例や演習を交えて実務でも役立つスキルを習得していただきます。

会期・開催地

会場(東京) 2024年 9月18日(水)

講師 (敬称略)

池田 裕一 (株)日本能率協会コンサルティング 技術戦略センター
シニア・コンサルタント野田 真吾 (株)日本能率協会コンサルティング 技術戦略センター
チーフ・コンサルタント

参加料 (税込)

日本能率協会法人会員：56,100円／1名

会員外：61,600円／1名

(注)テキスト(資料)費が含まれております。

受講者の声

- 商品開発のセミナーというと、従来は分析の仕方などに重点が置かれていましたが、演習が多く実践的ですぐに役立つセミナーでした。自社に戻ってからは、「気づきシート」を活用し、データを咀嚼したうえでMUST条件を導くようにしてみます。
- BtoBの商品開発について、机上の手法ではなく、より現場に即した手法が学べました。今回学んだ手法を活かし、客先から言われた通りのものを開発する従来のスタンスから顧客の顧客にまで価値を届けるプロセスを整理し、提案できる製品開発に取り組みたい。
- グループワークが豊富で、他社の方と色々情報交換できてよかった。アイデアや思考の整理を学んだので、自社で実践していきたい。
- グループ演習によって、分析方法も理解しやすかったです。戻ってからは、事業性の評価軸について見直しと活用を行っていきます。

プログラム

(昼食12:00～13:00)

時間	1日目
10:00	事業環境分析と顧客価値構想
	<p>1. 新商品開発の必要性</p> <p>(1)BtoB企業の置かれている状況</p> <p>(2)企業各社の新商品開発事例</p> <p>ミニ演習 他社事例研究</p> <p>2. 事業環境分析</p> <p>(1)顧客環境分析 ●顧客研究 ●顧客マップ</p> <p>(2)競合環境分析 ●競合研究 ●競合との差別化要素</p> <p>(3)市場環境分析 ●事業環境認識 ●気づきシート ●環境俯瞰図</p> <p>グループ演習1 ●環境俯瞰図の作成 ●代表者演習結果発表 ●まとめ 質疑</p> <p>3. 顧客価値構想</p> <p>(1)顧客研究 ●ターゲット顧客設定 ●顧客プロセス分析</p> <p>(2)ニーズ分析 ●顧客価値分析 ●上位ニーズ分析</p> <p>(3)コンセプト検討 ●ソリューション構想 ●商品コンセプト構想</p> <p>グループ演習2 ●環境俯瞰図の作成 ●代表者演習結果発表 ●まとめ 質疑</p>
	仮説提案と企画開発
	<p>4. 仮説提案</p> <p>(1)仮想カタログ</p> <p>(2)リバウンド分析 ●顧客訪問 ●リバウンド分析</p> <p>5. 商品企画書の作成</p> <p>(1)企画課題ばらし ●企画課題ばらし ●必要機能の棚卸</p> <p>(2)BtoB商品企画</p> <p>グループ演習3 ●商品企画書の作成 ●代表者演習結果発表 ●まとめ 質疑</p> <p>6. 事業性の評価</p> <p>(1)市場性の評価</p> <p>(2)自社適合性の評価</p> <p>(3)ビジネスモデルの評価 ●独自性、持続性、収益性</p> <p>(4)リスクの評価</p> <p>7. 提案開発</p> <p>●提案書の作成 ●顧客提案</p> <p>●市場開発と技術開発の統合推進 ●テストマーケティング</p> <p>グループ演習4 ●提案書の作成 ●代表者演習結果発表 ●まとめ 質疑</p>
17:00	8. 1日の振り返り